

MPP Global améliore la capacité d'optimisation de l'expérience, permettant aux entreprises de médias d'augmenter les revenus et l'engagement de leurs abonnés grâce à une hyper-personnalisation

WARRINGTON, Royaume-Uni, 03 oct. 2019 (GLOBE NEWSWIRE) — [MPP Global](#), la société de technologie qui fournit eSuite, la plateforme la plus intelligente au monde en matière de gestion et de facturation des abonnés, a annoncé une fonctionnalité améliorée d'optimisation de l'expérience, un ensemble de fonctionnalités permettant aux sociétés de médias de concevoir des campagnes de marketing par abonnement sur mesure afin de stimuler l'acquisition de nouveaux abonnés et de fidéliser les abonnés actuels avec des produits, des prix et des promotions hyper-personnalisés.

Cette fonctionnalité supplémentaire étend le module veille et prise de décision existant d'eSuite, qui assure le contrôle et la mesure de l'accès. Les entreprises de médias ont désormais la possibilité d'utiliser leur contenu et leurs produits créés dans eSuite pour des expériences client personnalisées, déclenchant des recommandations de contenu et de produits à différents publics, sous la forme de paywalls dynamiques et de superpositions ciblées.

Les administrateurs d'eSuite peuvent créer plusieurs points de contact pour les visiteurs et les abonnés existants, en faisant ressortir du contenu personnalisé, des promotions, des produits, des prix, des devises, des langues et plus encore. Cela cible les bons publics à des moments clés tout au long du parcours de l'utilisateur, l'objectif final étant d'accroître le nombre d'abonnements et d'optimiser les revenus.

Les produits et les promotions sont déclenchés lorsque l'intention du consommateur, l'affinité vis-à-vis du contenu, la popularité du produit ou un certain nombre d'autres facteurs atteignent les seuils de tendance. Cette fonctionnalité aide également les entreprises à entretenir leurs abonnés actuels et à maximiser leur valeur au cours de la vie en offrant des opportunités de ventes incitatives et de reconquête, tout en permettant la création de points de déclenchement pour afficher automatiquement le contenu et les produits qui intéressent les consommateurs.

En coulisse, cette mise à jour majeure permet aux équipes marketing, analystes de données et expérience client de « détecter et ajuster » les campagnes marketing par abonnement, avec des fonctionnalités telles que les tests multivariés A/B, afin de comprendre l'efficacité de la mise en évidence de produits et de promotions spécifiques pour des publics segmentés. Des rapports et analyses détaillés offrent des conseils fondés sur des données pour affiner les campagnes. De plus, grâce à des modèles prêts à l'emploi, il est désormais possible de personnaliser les expériences des abonnés sans dépendre de développeurs de logiciels ou de concepteurs graphiques.

Chris Cheney, directeur technique et co-fondateur de MPP Global, a déclaré : « Grâce à une capacité

d'optimisation de l'expérience améliorée, nos clients bénéficient d'une plus grande flexibilité pour optimiser leurs stratégies d'acquisition et de fidélisation. Nous développons continuellement eSuite en tant que véritable plateforme de bout en bout, avec une riche palette de fonctionnalités, telles que la personnalisation frontale, la gestion des abonnés, la facturation, la fidélisation et la récupération. Tout cela confère aux entreprises de médias les derniers avantages concurrentiels sur leurs marchés et les avantages d'énormes gains d'efficacité opérationnelle ».

Pour en savoir plus sur MPP Global et eSuite, visitez le site www.mppglobal.com.

Notes à l'intention des rédacteurs

À propos de MPP Global

<https://www.mppglobal.com>

MPP Global fournit eSuite, la plateforme la plus intelligente du monde en matière de gestion et de facturation des abonnés, offrant aux acteurs majeurs du secteur des médias la possibilité de déployer des modèles commerciaux flexibles qui génèrent des flux de revenus récurrents.

eSuite optimise la gestion du cycle de vie de la prochaine génération en permettant l'acquisition, la monétisation et l'optimisation des clients.

Avec des bureaux dans les Amériques, en Europe et dans la région Asie-Pacifique, MPP Global possède une expérience impressionnante dans la maximisation de la valeur de la durée de vie du client. Parmi ses clients figurent Sky, McClatchy, L'Équipe, Bonnier, Specsavers, Daily Mail, NBC Universal, ProSiebenSat.1 et Mainichi.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

Paul Rose, Chef du marketing chez MPP Global au

+44 (0) 844 873 1418 ou par courriel à l'adresse : paul.rose@mppglobal.com